

E-ISSN: 2613-9103

J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)

Volume 7, Nomor 1, Juli 2019: 22 – 27



PENDAMPINGAN PENINGKATAN PEMASARAN DAN PROMOSI MELALUI E-COMMERCE PADA ADPERS – ART COMMUNITY KELURAHAN SUKATANI KECAMATAN TAPOS DEPOK

Taata Kuspriyono¹, Ibnu Akil², Nurvi Oktiani³

^{1,2,3}Universitas Bina Sarana Informatika

¹taata.tat@bsi.ac.id, ²ibnu.ial@bsi.ac.id, ³nurvi.nvk@bsi.ac.id

ABSTRAK

Adpers- Art merupakan komunitas yang terbentuk atas kesamaan hobi dan menuangkan karya seni kedalam media nyata, dimana khususnya menuangkan karya tersebut kedalam bentuk visual ke media kertas dan beberapa media lainnya yang berbentuk 3 (tiga) dimensi, komunitas yang beralamatkan di kelurahan sukatani kecamatan Tapos Kota Depok ini memiliki visi dan misi diantaranya menjadi sebuah usaha yang pertama di Indonesia dengan mengedepankan teknologi berbasis kreatifitas sehingga dapat menginspirasi banyak orang, proses produksi dilakukan dengan cara perancangan Design (Pola), pengolahan yang disederhanakan dengan menggunakan aplikasi atau software grafis/olah digital, pencetakan dengan menggunakan kertas bekas ataupun karton khusus, packing dan pemasaran. Pada prakteknya Aktivitas ataupun kegiatan usaha yang dilakukan oleh *Adpers – Art* masih mengalami kendala diantaranya kegiatan Pemasaran dan Promosi yang belum maksimal dilakukan karena masih mengandalkan media melalui situs : <https://adpers-art.blogspot.com>, dimana dapat dikatakan masih belum efektif dan efisien dengan ditandai indikator bahwa masih banyaknya konsumen yang belum mengetahui keberadaan dari *Adpers – Art* ini, pada akhirnya dengan permasalahan diatas maka diperlukannya suatu solusi permasalahan bagi *Adpers – Art Community* agar kedepannya lebih dapat memaksimalkan pemasaran dan promosi, kegiatan Program Kemitraan pada masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pendampingan melalui pembuatan e-commerce yang mana, dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan pengetahuan ataupun pendampingan kepada *Adpers – Art Community* dalam upaya peningkatan pemasaran dan promosi produk-produk *Adpers – Art Community* agar lebih dikenal oleh masyarakat

Kata Kunci : *Adpers – Art Community*, Pemasaran dan Promosi, *E- Commerce*

PENDAHULUAN

Adpers- Art merupakan komunitas yang terbentuk atas kesamaan hobi dan menuangkan karya seni kedalam media nyata, dimana khususnya menuangkan karya tersebut kedalam bentuk visual ke media kertas dan beberapa media lainnya yang berbentuk 3 (tiga) dimensi, komunitas yang beralamatkan di kelurahan sukatani kecamatan Tapos Kota Depok ini memiliki visi dan misi diantaranya menjadi sebuah usaha yang pertama di Indonesia dengan mengedepankan teknologi berbasis kreatifitas sehingga dapat menginspirasi banyak orang, adapun untuk gambaran struktural komunitas terdiri dari ketua yang bertugas dalam mengkoordinir dan bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas dalam *Adpers – Art Community*, Adapun kegiatan ataupun project yang telah dilakukan oleh *Adpers – Art Community* ini diantaranya *Project Mural Art TK Tunas Islam*, *project Mural ART Resto*

Bakoel Samara Kota Depok, Project Patung Semar Museum Antik Barbetas, dan juga produk inovasi *papercraft* Produk(kerajinan atau karya seni yang terbuat dari kertas diantaranya Asbak, Kotak Pensil, Vas dan Bunga, Bingkai Foto, Celengan Kotak, *Hanging Banner*, Tempat Tisu, Tempat Pensil dan Lampu Lampion), sedangkan untuk *Papercraft* Model diantaranya: Design Danbo *Single*, Danbo *Couple*, Design Mobil, *Design Bus*, *Design Pesawat*, Diaroma dan Maket, namun seiring kegiatan operasional yang dilakukan terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh *Adpers – Art Community* dimana diantaranya adalah Pemasaran dan Promosi, berdasarkan observasi pada *Adpers – Art Community* bahwa untuk penjualan produk-produk *Adpers – Art Community* berkisar antara 2 – 5 juta perbulannya masih dirasa di bawah standar penjualan, jika dilihat dari nilai penjualan tersebut Pemasaran dan Promosi

Produk merupakan suatu proses ataupun kegiatan yang harus diperhatikan oleh *Adpers – Art Community* dimana dikarenakan tanpa adanya proses pemasaran dan promosi produk, maka penjualan yang diharapkan tidak akan terwujud dalam Hal ini kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang sangat crucial dikarenakan pemasaran cara dalam menentukan nilai bagi konsumen yang berdasarkan atas pelayanan serta produk yang diberikan (Nanehkaran, 2013) (Bendekovic, J. & Simonic, T. & Nalentina, 2014), adapun kegiatan pemasaran yang dilakukan selama ini oleh *adpers-art Community* diantaranya adalah pemasaran yang dilakukan lewat media melalui situs : <https://adpers-art.blogspot.com> dimana jika dilihat dalam tampilan promosi tersebut melalui melalui blogspot dirasakan belum efektif, dikarenakan adanya *merger* dengan *website* lainnya seperti *merger* dengan *website* www.nacitaluna.com, oleh sebab itu agar pengenalan dan promosi produk yang ditawarkan oleh *adpers-art* dapat dilihat dan diinformasikan untuk khalayak ramai maka perlu rasanya dilakukan inovasi dalam segi informasi ini, dimana inovasi yang dapat dilakukan diantaranya adalah dengan membuat *private website* atau *website* tersendiri sehingga segala informasi yang ditampilkan dalam *website* tersebut khusus menyajikan tentang *Adpers – Art Community* itu sendiri, sehingga konsumen ataupun calon pembeli akan mendapatkan informasi yang lebih mengenai *Adpers – Art Community* itu sendiri, adapun pembuatan *website* ini dimaksudkan agar dapat membangun suatu *Adpers – Art Community* yakni suatu proses perdagangan atau jual beli jasa ataupun produk yang dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer sebagai contoh dengan menggunakan sarana internet, adapun *e-commerce* ini menggambarkan suatu teknologi yang dapat memanfaatkan terutama dalam hal *mobile e-commerce*, transfer dana, pemasaran melalui internet, proses transaksi secara online dan lain – lainnya (Kutz, 2016), *e-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu konsep yang memiliki kekuatan dalam suatu proses dan dapat merubah secara fundamental

kehidupan manusia dalam hal ini adalah konsumen, *e-commerce* juga dapat dikatakan sebagai suatu kriteria utama dalam reformasi informasi dan teknologi serta komunikasi dalam hal ekonomi dan perdagangan (Nanehkaran, 2013), adapun keuntungan dari *e-commerce* diantaranya dapat mengurangi biaya bagi konsumen, dimana dalam hal ini konsumen tidak susah untuk mencari supplier karena dengan adanya *e-commerce* ini dapat membantu konsumen untuk lebih mudah mencari pemasar, supplier ataupun pedagang, yang kedua adalah mengurangi biaya dalam proses transaksi dimana secara otomatis kegiatan proses transaksi berjalan oleh *e-commerce* dan lebih efektif dan lebih efisien dalam proses transaksi (Gupta, 2014)

Melihat fenomena diatas maka perlu dilakukannya suatu pendampingan yang dapat meningkatkan penjualan dan promosi produk bagi *Adpers – Art Community*, dimana khususnya dalam pembuatan *e-commerce*, sehingga pemasaran dan promosi dapat dilakukan secara efektif dan terencana, dengan adanya pendampingan pemasaran dan promosi melalui *e-commerce* ini dapat memberikan dampak yang positif bagi pengembangan pemasaran dan promosi produk-produk *Adpers – Art Community* ini.

Berdasarkan uraian latar belakang dan analisa situasi maka dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang timbul dari aspek pemasaran dan promosi ini:

1. Menurun atau dapat dikatakan masih minimnya jumlah penjualan produk – produk *Adpers – Art Community*.
2. Banyak konsumen belum mengetahui lebih dalam atau belum mengetahui lebih banyak mengenai produk – produk yang ditawarkan oleh *Adpers – Art Community*.
3. Kegiatan pemasaran dan promosi pemasaran yang dirasa belum efektif dan efisien sehingga kurang menjangkau kalangan konsumen dari segmentasi pasar manapun.
4. Perlu peningkatan inovasi dan diversifikasi produk untuk tahapan selanjutnya, sehingga

produk – produk *Adpers – Art Community* lebih *update*

Dari permasalahan diatas maka tujuan kegiatan Program kemitraan Masyarakat ataupun program pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Melakukan penilaian dan observasi atau pengamatan secara langsung terhadap penurunan jumlah penjualan produk-produk *adpers- art community*
2. Memberikan pengetahuan atau informasi kepada masyarakat yang belum mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh *adpers – art community*
3. Memberikan pengetahuan untuk peningkatan inovasi dan diversifikasi produk agar produk lebih *update*

METODE PELAKSANAAN

A. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelaksanaan pendampingan kegiatan pengabdian masyarakat atau program kemitraan masyarakat ini dibagi atas beberapa tahapan diantaranya:

1. Tahap Awal /perencanaan
 - a. Melakukan *survey* lapangan dimana pada tahap ini juga akan dilakukan pengajuan izin ke Mitra serta mengali dan menganalisa permasalahan serta kebutuhan dari mitra
 - b. Melakukan kunjungan dan mengajukan kesepakatan pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat
2. Tahap Pelaksanaan
 - a. Pelaksanaan kegiatan Pembimbingan dan Penyuluhan kepada Mitra berkenaan dengan dengan pemasaran dan promosi produk
 - b. Perancangan website atau Pengembangan Prototipe untuk produk – produk *Adpers – Art Community*
3. Tahap Monitoring dan Evaluasi
 - a. Melakukan pengawasan pada setiap kegiatan pelatihan dan Penyuluhan yang dilakukan
 - b. Melakukan evaluasi sejauh mana Perancangan website atau Pengembangan Prototipe untuk produk –

produk *Adpers – Art Community* telah direncanakan dan yang telah disosialisasikan

- c. Pelaporan dan Pengevaluasian sejauh mana Pengelolaan Perancangan *website* atau Pengembangan Prototipe untuk produk – produk *Adpers – Art Community*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kemitraan Masyarakat atau program pengabdian masyarakat ini dilakukan sebagai berikut:

1. Tahap awal atau perencanaan dimana Melakukan *survey* lapangan dimana pada tahap ini juga akan dilakukan pengajuan izin ke mitra serta mengali dan menganalisa beberapa permasalahan serta kebutuhan dari mitra, dengan diketahui solusi yang dapat ditawarkan kepada mitra atau disini adalah *Adpers – Art Community*, dari *survey* yang dilakukan maka dapat diketahui gambaran *Adpers – Art Community* sebagai berikut:



Gambar 1 : Kegiatan Produksi dan Pengenalan Produk *Adpers – Art Community*



Gambar 2 : Kegiatan Produksi Produk *Adpers – Art Community*



Gambar 3 : Kegiatan Proses pemotretan atau publikasi Produk *Adpers – Art Community*

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan meliputi kegiatan diantaranya Pelaksanaan kegiatan Pembimbingan dan Penyuluhan kepada Mitra berkenaan dengan dengan pemasaran dan promosi produk dimana pada bulan Mei 2019, diadakan pelatihan dan pengenalan promosi dan pemasaran yang efektif melalui Perancangan *website* atau Pengembangan Prototipe untuk produk – produk *adpers-art Community*, adapun perancangan *website* dan pengembangan prototipe ini dimaksudkan agar kegiatan promosi dan pemasaran lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan kegiatan promosi dan pemasaran sebelumnya yang hanya menggunakan situs : <https://adpers-art.blogspot.com> dimana jika dilihat dalam tampilan promosi tersebut melalui melalui blogspot dirasakan belum efektif,

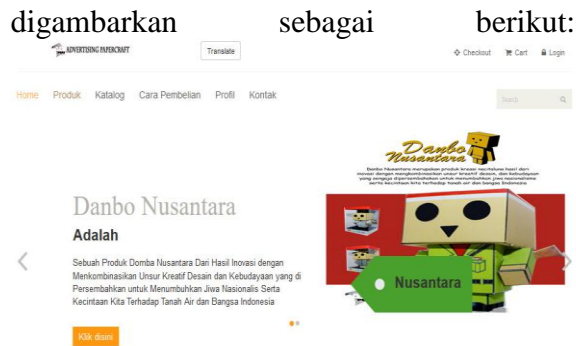
dikarenakan adanya *merger* dengan *website* lainnya seperti *merger* dengan *website* www.nacitaluna.com, berikut ditampilkan gambaran *website*



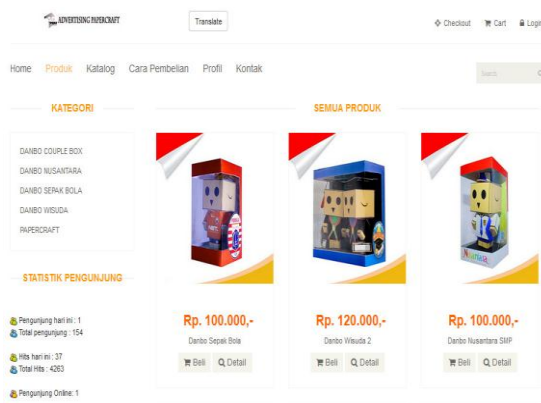
Gambar 4 : Tampilan awal situs *Adpers – Art Community*

Tampilan awal situs *adpers-community* diatas dirasa kurang efektif dan efisien dikarenakan tampilan tersebut kurang representative atau mewakili promosi produk yang dilakukan dan selain itu informasi mengenai *website* dan situs penjualan belum banyak diketahui oleh konsumen, sehingga dengan permasalahan tersebut akhirnya dilakukan pendampingan berupa pembuatan prototipe atau gambaran IPTEK untuk menggantikan situs atau tampilan yang lama, Adapun gambaran iptek yang akan diimplementasikan di mitra sasaran dapat dijelaskan berupa pendampingan terhadap mitra Bersama dengan praktisi yang ditunjuk dan pelatihan perancangan design atau pola dengan menggunakan

Sedangkan gambaran IPTEK yang akan diimplementasikan mitra sasaran dalam hal (Promosi melalui *e-commerce*) diantaranya pelatihan dan Penyuluhan mengenai teori tentang cara pemasaran yang efektif dan efisien yang dihasilkan oleh mitra, Pembuatan prototipe pemasaran, adapun perancangan prototipe *e-Commerce* yang telah dilakukan dapat



Gambar 5 : Tampilan profile website *Adpers – Art Community*



Gambar 5 : Tampilan prototype website *Adpers – Art Community*

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Dalam tahap Monitoring akan dilakukan suatu proses pengawasan dan pendampingan dalam penggunaan website yang telah dirancang sebelumnya untuk kebutuhan mitra, Program pengabdian masyarakat ini, selain itu dilakukan monitoring untuk melihat sejauh mana penggunaan dari rancangan website ini, sehingga nantinya dapat dilihat analisis *Strenght*, *weakness*, *opportunity* dan *threatening* (SWOT), dan dapat akhirnya diambil suatu evaluasi bagi penggunaan rancangan website ini, dan nantinya dapat diketahui keunggulan ataupun kelemahan yang dirasakan oleh mitra, sedangkan tahap evaluasi mengacu pada evaluasi pelaksanaan program keberlanjutan penggunaan *website* ini, yang mana

diharapkan dapat membantu permasalahan pemasaran dan Promosi dari mitra, selain itu evaluasi dapat dilakukan suatu aplikasi pemasaran secara online yang dapat diakses bagi segmentasi pasar melalui *e-commerce* sehingga dapat membuka *link-link* pemasaran atau kerjasama pemasaran dan promosi serta penjualan yang semakin luas selain itu

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari analisa hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di maksudkan untuk memberikan pengetahuan serta pengetahuan bagi *Adpers – Art Community* agar mampu melakukan suatu inovasi terutama inovasi pemasaran dengan merancang suatu rancangan website pemasaran yang lebih efektif dan efisien sehingga mampu menjangkau segmen pasar yang hendak di tuju oleh mitra disini adalah *Adpers – Art Community*
2. Kegiatan pengabdian masyarakat ini perlu dilakukan suatu pendampingan yang lebih intens dan terarah agar kegiatan pemasaran dan promosi lebih terarah

Saran

1. Saran terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebaiknya mitra terutama disini adalah *adpers-community* lebih aktif dan berinovasi dalam hal pemasaran dan juga promosi kepada konsumen
2. *Adpers – Art Community* dapat melakukan inovasi produk atau pengembangan produk yang lebih bervariasi, dan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan selera konsumen

Ucapan terima kasih

Terima kasih disampaikan kepada Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Direktur Riset dan Pengabdian

Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Serta Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah III Jakarta (LLDIKTI) , atas Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2019

DAFTAR PUSTAKA

- Bendekovic, J. & Simoncic, T. & Nalentina, D. (2014). Competitive Advantage Of Croatian Road Transporters. *Importance of Marketing Strategy For Achievement of Competitive Advantage of Croation Road Transporters*, (2014).
<https://doi.org/10.2507/daaam.scibook.2014.xx>
- Gupta, A. (2014). E-Commerce: Role of E-Commerce in Today's Business. *International Journal of Computing and Corporate Research*, 4(1).
- Kutz, M. (2016). *Introduction to E- Commerce : Combining Business and Information Technology 1 st Edition*. Hochschule Anhalt.
- Nanehkaran, Y. A. (2013). An Introduction To Electronic Commerce. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2(4), 2–5.